

Massenmedien: "Parlamentsstudie 1980"

Weiß, Anita; Stiehler, Hans-Jörg

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Weiß, A., & Stiehler, H.-J. (1980). Massenmedien: "Parlamentsstudie 1980". Leipzig: Zentralinstitut für Jugendforschung (ZIJ). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-376038>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



"Parlamentsstudie 1980"

Massenmedien

Verfasser: A. Weiß
H.-J. Stiehler

Leipzig, März 1980

"Als Instrumente der Arbeiter-und-Bauern-Macht dienen die Massenmedien der DDR der Erziehung des Volkes im Geiste des Sozialismus, der Befriedigung geistig-kultureller Bedürfnisse der Werktätigen" (Die weiteren Aufgaben der politischen Massennarbeit der Partei. Berlin 1977, S. 83).

Die Massenmedien der DDR realisieren durch eine Vielzahl differenzierter Angebote ihre Funktion im Rahmen der kommunistischen Erziehung der Jugend als kollektive Agitatoren, Propagandisten und Organisatoren sowie bei der Befriedigung geistig-kultureller Bedürfnisse. Im Jugendgesetz der DDR heißt es dazu: "Presse, Rundfunk, Film und Fernsehen der Deutschen Demokratischen Republik sind verpflichtet, die Qualität und die Anzahl der Veröffentlichungen, Sendungen und Produktionen zu erhöhen, die den vielseitigen Interessen der Jugend und den Erfordernissen sozialistischer Jugenderziehung entsprechen" (Gesetz über die Teilnahme der Jugend ... 1974, S. 14).

Die objektiven Voraussetzungen der Mediennutzung stecken den Rahmen ab, in dem die Massenmedien ihre Wirkungspotenzen realisieren und erweitern können:

Im Jahr 1978 boten die Rundfunksender der DDR 1237 Sendestunden wöchentlich an. Das Fernsehen der DDR sendete 190 Stunden wöchentlich. Für das Jahr 1980 kann geschätzt werden, daß das Fernsehen der DDR 90 bis 100 Sendestunden, der Rundfunk 1550 Stunden (das sind 1,5 % bzw. 5 % des gesamten Sendeangebots) speziell für Jugendliche ausstrahlen.

1978 erschienen 14 Kinder- und Jugendzeitschriften, 707 Titel der Kinder- und Jugendliteratur wurden angeboten, insgesamt 1933 Titel schöngeistiger Literatur.

Die Tageszeitung "Junge Welt" erreicht eine Auflagenhöhe von über einer Million Exemplaren.

1978 gab es 839 stationäre Filmtheater, insgesamt wurden 859 ⁶²⁰ Filmvorstellungen angeboten.

Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang, daß zwar die für Jugendliche in den verschiedenen Massenmedien speziell produzierten Angebote eine wichtige Rolle spielen, die Wirksamkeit der Medien auf Jugendliche aber aus der Nutzung des gesamten Angebots in seiner Vielfalt und Breite resultiert.

Die Mediennutzung beansprucht den überwiegenden Teil der Freizeit Jugendlicher. Dieser Zeitaufwand differiert in Abhängigkeit von der Tätigkeit, dem Alter und vielfältigen Merkmalen der konkreten Lebenssituation und dem damit verbundenen Freizeitumfang sowie den Interessen und Erwartungen Jugendlicher (vgl. auch Tab. 1 Anhang und Tab. 8 Anhang).

Tab. 1: Zeitaufwand für die Mediennutzung (Freizeit 77; in Stunden pro Woche

	POS-Schüler 9./10. Kl.	Lehrlinge	Arbeiter
Fernsehen	8,9	7,6	6,3
Lesen	3,4	2,9	2,0
Radio/Musikhören (als Primärtätigkeit)	3,7	3,5	1,75
Kinobesuch	0,3	0,6	0,4

Die Konzentration auf nur ein Medium ist für die Mehrzahl der Jugendlichen untypisch, wobei Prioritäten bei der Auswahl aus dem Medienangebot hinsichtlich der Befriedigung ganz spezifischer Bedürfnisse gesetzt werden. So hat das Fernsehen für die Befriedigung des Bedürfnisses nach Unterhaltung und Entspannung eine entscheidende Bedeutung (vgl. Tab. 2 Anhang), während z. B. die Tageszeitung eher als andere Medien zur politischen Information genutzt werden.

Auch innerhalb der einzelnen Sender, Programme und Presseerzeugnisse werden Bevorzugungen deutlich, wenn z. B. Leser mehrerer Tageszeitungen für Kultur- und Sportinformationen stärker die Junge Welt, für die politische Berichterstattung stärker das Neue Deutschland nutzen.

Angeichts des großen Angebots der Massenmedien stellt sich für Jugendliche die Frage nach einer sinnvollen Auswahl, jedoch nicht für alle Gruppen in gleichem Maße. Allgemeine Etappen der Mediennutzung können zwischen dem 13. und 16., 17. und 20. und ab dem 21. Lebensjahr in Abhängigkeit von der Tätigkeit, sozialen Beziehungen usw. ausgemacht werden. Die Etappe vom 13. bis 16. Lebensjahr ist durch eine relativ vielseitige und zugleich "diffuse" Nutzung charakterisiert.

In ihr hat die Mediennutzung das größte Ausmaß. In den folgenden Etappen trägt die Mediennutzung relativ gezielteren Charakter, die durch veränderte Tätigkeit (Lehre, Arbeit, Studium u. a.) und Lebensbedingungen (Familiengründung usw.), Änderung von Freizeitgewohnheiten bedingt ist. Damit ist - dafür sprechen die Ergebnisse, kein Automatismus der Entwicklung einer gesellschaftlichen und individuellen Bedürfnissen gemäßen Kommunikationsweise gegeben. Verallgemeinernd kann festgestellt werden, daß sich ca. 75 % bis 80 % der Jugendlichen über das Angebot der Massenmedien informieren. Diese Information, die sowohl aus den öffentlich zugänglichen Quellen (Programmhinweise in allen Massenmedien) wie aus Diskussionen mit Gleichaltrigen stammen, werden an den eigenen Erfahrungen "gebrochen". Sowohl über die Massenmedien als auch über die FDJ-Gruppe bestehen also gute Möglichkeiten, zur Entwicklung der Selektionsfähigkeiten Jugendlicher und der Bewertungskriterien für Beiträge der Massenmedien beizutragen. Solche Bemühungen sollten aber nicht nur "Höhepunkten", gesellschaftlich hoch bewerteten Beiträgen, sondern in verstärktem Maße auch Beiträgen des "alltäglichen Medienverhaltens" (Unterhaltungs- und Musiksendungen, Filme, Jugendsendungen) gelten. "Junge Welt", "Neues Leben", die Jugendsendungen des Fernsehens und Rundfunks können eine größere Rolle zur Orientierung der Nutzungsgewohnheiten Jugendlicher spielen, wenn sie die täglich unter den meisten Jugendlichen stattfindenden Gespräche über Beiträge der Massenmedien aufgreifen (in einer Woche sprachen über drei Viertel über Sendungen des DDR-Fernsehens, über Sendungen des BRD-Fernsehens, über aktuelle politische Fragen mit ihren Eltern, Freunden und Kollektivmitgliedern).

Die für die meisten Jugendlichen typische selektive Nutzung des Fernsehangebots erweist sich vor allem unter dem Einfluß des BRD-Fernsehens als problematisch: Die Gewohnheit vieler Jugendlicher, nach den einmal ausgewählten Sendungen meist auch noch andere anzuschauen bzw. gelegentlich von einer Sendung zur anderen umzuschalten, äußert sich häufig in der Entscheidung gegen Sendungen des DDR-Fernsehens. So schalten z. B. 30 % der jugendlichen Fernsehzuschauer am häufigsten bei Unterhaltungssendungen des DDR-Fernsehens ab oder um, während das nur 6 % bei Unterhaltungssendungen des BRD-Fernsehens tun.

Alle Tageszeitungen müssen mit einem großen Kreis jugendlicher Leser rechnen (vgl. Tab. 3 Anhang). Die Junge Welt hat sich in allen Gruppen Jugendlicher als die meistgelesene Zeitung profiliert (tägliche Leser bei Studenten 59 %, bei Lehrlingen 46 %, bei jungen Arbeitern 37 %).

Das Neue Deutschland erreicht vor allem Studenten (32 % täglich), die Bezirkszeitungen lesen junge Arbeiter am häufigsten (36 % täglich). Das Lesen der Jungen Welt hat sich in den letzten Jahren stark entwickelt und zwar sowohl mit dem Alter Jugendlicher als auch im Zusammenhang mit historisch veränderten Lebensbedingungen junger Leute (vgl. Tab. 7 Anhang).

Tab. 2: Prozentsatz der nahezu täglichen Leser der Jungen Welt (IS 1968 bis 1979 und Wiederholungsuntersuchung)

	12 J	13 J	14 J	16 J	17 J	18 J	19 J	20 J	21 J	22 J
ges.	6	9	16	43	44	55	48	46	42	36
Wiederholung 1972	12	-	32	-						
Wiederholung 1976	17	-	68	63						
Wiederholung 1978	-	-	42	64						

Die allgemeine Tendenz der Stabilisierung des Lesens mindestens einer Tageszeitung läuft parallel mit der Differenzierung der inhaltlichen Nutzung der Tageszeitungen. So nimmt z. B. der Anteil der täglichen Leser der politischen Beiträge der Tageszeitungen von 8 % in der 6. Klasse auf 35 % in der 10. Klasse bzw. 47 % im ersten Berufsjahr zu.

Nahezu alle Jugendlichen sehen regelmäßig fern, etwa zwei Drittel der 1979 befragten Jugendlichen bereits seit 10 und mehr Jahren. Ergebnisse aus Intervallstudien zeigen, daß ein Rückgang in der Fernsehbeteiligung etwa ab dem 17. Lebensjahr zu verzeichnen ist, wobei etwa die Hälfte der Jugendlichen ab diesem Alter eine hohe Konstanz in der Nutzungshäufigkeit von Fern-

sehsendungen aufweist. Der Rundfunk der DDR erreicht nicht nur durch seine Musik- und Unterhaltungsprogramme sondern auch durch seine kurzen politischen Informationen nahezu alle Jugendlichen. Aus der Tatsache, daß die Jugend die Gesamtheit der Medien nutzt, ergibt sich, daß die Verwirklichung der Grundsätze der sozialistischen Jugendpolitik nicht allein eine Spezialaufgabe der Jugendorgane oder spezieller Jugendsendungen ist. Die Gesamtprogramme der Medien tragen - natürlich mit unterschiedlicher Intensität - zur Persönlichkeitsentwicklung der Jugend bei.

Für den Einfluß der Massenmedien sind folgende Ergebnisse aufschlußreich: Das Interesse an politischer Weiterbildung, ^{vorne} wichtige Seiten des Klassenbewußtseins und Lebensziele junger Arbeiter haben sich (zwischen 1976 und 1978: ZIS) nahezu gleich häufig und nahezu gleichsinnig verändert, und zwar sowohl bei jungen Arbeitern, die vorrangig unsere Massenmedien zur politischen Information nutzen als auch bei jungen Arbeitern, die DDR- und Westsender zur politischen Information empfangen. Diese relative Unabhängigkeit der politisch-ideologischen Entwicklung zeigt sich auch beim Vergleich von Lesern und Nichtlesern der "Jungen Welt".

Tab. 3: Stabilität und Veränderung der politisch-ideologischen Haltung bei jungen Arbeitern in Abhängigkeit vom Empfang politischer Informationen

politische Information	Stabilität	Positivierung	Negativierung	Durchschnitt 1976	Durchschnitt 1978
vorwiegend durch DDR-Sender	49	19	32	1,73	1,90
gleichermaßen durch DDR- und BRD-Sender	40	27	33	2,80	2,85

der Wert ist hier positiv

Zu beachten ist, daß es sich um Veränderungen handelt, die sich auf unterschiedlichen Entwicklungsniveaus politisch-ideologischer Haltungen, politischer Interessen und Aktivitäten und Lebensziele vollziehen. Diese Entwicklungsniveaus markieren weiterhin die bekannten Unterschiede zwischen Jugendlichen, die sich unseren, den westlichen Massenmedien oder gleichermaßen

Rundfunk und Fernsehen der DDR und der BRD zuwenden. Es ist aber unübersehbar, daß unsere Massenmedien Wirkungspotenzen selbst bei denjenigen verschenkt haben, die feste Bindungen an den Sozialismus und seine Kommunikationsmittel haben.

Wichtig ist aber, daß junge Arbeiter, die sich politisch vorwiegend durch unsere Sender informieren, täglich die "Junge Welt" lesen usw., insgesamt durch eine höhere Stabilität ihrer Einstellungen charakterisiert sind.

Insgesamt bestätigen die Ergebnisse der Intervalluntersuchung, daß durch die Massenkommunikation die vorhandenen Einstellungen und Verhaltensweisen in erster Linie verstärkt und verfestigt werden, die die Zuwendung zu den Massenmedien bedingen. Das bedeutet, daß es in bezug auf die Wechselwirkung von Empfang und Einfluß der Massenmedien zu u. U. (z. B. hinsichtlich des Empfangs westlicher Massenmedien oder einer einseitigen Orientierung auf Unterhaltungsbeiträge) bedenklichen "Kreisprozessen" kommen kann. Dem entgegenzuwirken ist Aufgabe aller Formen der politischen Massenarbeit, wir sehen dabei drei Schwerpunkte:

1. Die konsequente Anknüpfung an den vorhandenen politischen Haltungen und Kenntnissen, den persönlichen Erfahrungen, Erwartungen und Fragen (und zwar - differenziert in einzelnen Formen - an allen so kompliziert und widersprüchlich sie mitunter sein mögen): Jede Frage, jedes Problem, auf das wir nicht überzeugend eingehen, gibt dem Gegner Raum für seine ideologische Diversion. Der Widerspruch zwischen hohen Erwartungen an unsere Medien (58 % erwarten Antworten zu politischen Fragen aus den DDR-Massenmedien, 14 % von den Massenmedien der BRD) und dem dominierenden "beidseitigen" politischen Informieren (ca. zwei Drittel kennen zumindest die Meinungen der BRD-Medien in wichtigen politischen Fragen, auch die Mehrheit des Aktivs!) ist ein deutliches Signal (vgl. Tab. 5 und Tab. 6 Anhang).
2. Eine attraktive, d. h. den kommunikativen Gewohnheiten und Ansprüchen Jugendlicher entsprechende, Vermittlung unserer Ideologie in allen ihren Formen: die Tatsache, daß den Sendungen des BRD-Fernsehens weitaus häufiger ein hoher Unter-

haltungswert (vgl. Tab. 4 Anhang) zugesprochen wird (der auch aufgrund des durch große Investitionen bedingten hohen Entwicklungsniveau der "kommunikativen" Produktivkräfte erklärbar wird), sollte zu Konsequenzen führen.

Die Arbeit unserer beliebten Jugendsendungen im Rundfunk (und die Möglichkeit, sie in der Freizeit fast ständig zu empfangen) bieten gute Beispiele.

3. Eine verstärkte Nutzung der Vorzüge von Diskussionen im Kollektiv für die Auseinandersetzung mit Beiträgen der Massenmedien, die zu einem bewußteren und politisch wirksamen Umgang mit Massenmedien führen können.

Die Wirksamkeit unserer Massenmedien sollte nicht allein unter dem Gesichtspunkt der unmittelbar oder vermittelt sichtbar werdenden Einflüsse auf die ideologischen Überzeugungen und ästhetischen Einstellungen gesehen werden. Ihre Wirkungen im Rahmen der ideologischen und ästhetischen Erziehung durchdringen und ergänzen einander.

Die Massenmedien beeinflussen heute die Realitätsvorstellungen ebenso wie sie auf die soziale Phantasie einwirken. Vorstellungen von der gesellschaftlichen Wirklichkeit werden durch die Medien mitkonstituiert. Viele Informationen, Vorstellungen, Bedeutungen bestimmter Begriffe und Wörter, viele Informationen über Denk- und Verhaltensweisen von Menschen in verschiedenen Situationen und zu verschiedenen Zeiten usw. erhalten Jugendliche durch die Massenmedien, ohne daß dadurch unmittelbare Wirkungen nachweisbar sind. Alle diese Informationen können jedoch den Kontext abgeben, in dem dann bestimmte andere Informationen und Argumentationen wirksam werden. Nicht zu unterschätzen ist die langfristige Wirksamkeit der Massenmedien in bezug auf die Entwicklung kommunikativer Fähigkeiten und Fertigkeiten. Die Fähigkeit, sich mit anderen im Kollektiv zu verständigen, andere überzeugen zu können, eine effektive Kommunikation zur Lösung verschiedener Aufgaben durchzuführen wie auch andererseits in der Diskussion weltanschaulich-moralischer Fragen überzeugend die eigene Auffassung artikulieren und offensiv vertreten zu können - das sind heute Fähigkeiten und Fertigkeiten,

die für die Entwicklung sozialistischer Persönlichkeiten, ihre Leistungsfähigkeit in Kollektiven ebenso bedeutsam sind wie in der ideologischen Auseinandersetzung mit bürgerlicher Ideologie und Lebensweise. Die Rezeption politischer Medienbeiträge z. B.: ist nicht nur dahingehend zu analysieren, wie sie zum besseren Verständnis aktuell-politischer Ereignisse beiträgt. Vielmehr wird über entsprechende stabile Rezeptionsgewohnheiten zugleich die Fähigkeit mitentwickelt, sich in politische Zusammenhänge vertiefen, sie geistig durchdringen, politische Begriffe beherrschen zu lernen und anderes.

Anhang

Tab. 1: Freizeitwünsche Jugendlicher in Abhängigkeit von der Sehbeteiligung an Aktueller Kamera und Tagesschau (Kultur 79) nur Antwortpositionen sehr gern/gerne

	fachl. wei- terbilden	fernsehen	lesen	Theater besuchen
Aktuelle Kamera und Tagesschau gleich häufig	64	75	69	37
Aktuelle Kamera häufiger als Tagesschau	62	68	71	47
Aktuelle Kamera seltener als Tagesschau	45	77	44 !	18 !
Aktuelle Kamera und Tagesschau gleich selten	48	59 !	59	33

Tab. 2: Sehbeteiligung an verschiedenen Fernsehsendungen (gesamt, Kultur 79, Bezugszeitraum 2 Wochen)

	Sehbeteili- gung gesamt	1-4mal	5mal und häufi- ger	5mal und häufiger (be- zogen auf Zuschauer)
Kriminal- und Abenteuer- filme				
- DDR-Fernsehen	(83)	73	10	(12)
- BRD-Fernsehen	(71)	53	18	(25) !
Fernsehfilme und -spiele				
- DDR-Fernsehen	(81)	70	11	(14)
- BRD-Fernsehen	(65)	51	14	(22)
Sportsendungen				
- DDR-Fernsehen	(73)	53	20	(27)
- BRD-Fernsehen	(50)	38	12	(24)
Unterhaltungsveranstal- tungen				
- DDR-Fernsehen	(72)	64	8	(11)
- BRD-Fernsehen	(67)	54	13	(20)

*mindestens diese Teil-
nahme sollte in der
Interpretation
berücksichtigt werden!*

Tab. 3: Lesehäufigkeit von Tageszeitungen der DDR (nur Antwortpositionen täglich und nicht gelesen)

	Junge Welt		Neues Deutschland		Bezirkszeitun- gen der SED	
Lehrlinge ges.	46	22	10	72	24	60
- FDJ-Funktionäre	51	16	10	69	28	55
- keine FDJ-Funkt.	43	25	10	74	21	65
Arbeiter (MAK 79)	37	36	12	66	36	49
- FDJ-Funktionäre	49	25	14	60	39	45
- keine FDJ-Funkt.	36	38	13	66	35	53
Studenten (MAK 79)	59	7	32	24	10	68

Tab. 4: Unterhaltungswert verschiedener Fernsehsendungen
(Kultur 79, bezogen auf Zuschauer)

	fast immer unterhaltsam	selten/nie unterhaltsam	(Sehbetei- ligung insgesamt)
Sportsendungen			
- DDR-Fernsehen	38	30	(90)
- BRD-Fernsehen	34	37	(76)
Kriminalserien			
- DDR-Fernsehen	32	23	(95)
- BRD-Fernsehen	40 !	15	(86)
Musiksendungen			
- DDR-Fernsehen	22	37	(91)
- BRD-Fernsehen	65 !	10 !	(88)
Unterhaltungsveran- staltungen			
- DDR-Fernsehen	15	53	(87)
- BRD-Fernsehen	36	22	(85)
Kulturmagazine			
- DDR-Fernsehen	10	52	(82)
- BRD-Fernsehen	5	70	(56)
RUND	42 !	17	(95)

Tab. 5: Sehbeteiligung an "Aktueller Kamera" und "Tagesschau"
(Zeitraum 1 Woche, MAK 79)

	Aktuelle Kamera			Tagesschau/heute		
	5-7mal	1-2mal	nicht	5-7mal	1-2mal	nicht
/ · Gesamt	11	35	34	15	28	42
Lehrlinge	11	33	33	23 !	31	30
Arbeiter	14	37	24	14	35	30
Studenten	6	35	49	3	15	78

Tab. 6: Wertorientierungen Jugendlicher in Abhängigkeit von der
Sehbeteiligung an Aktueller Kamera und Tagesschau
(Kultur 79)

	Aktuelle Kamera und Ta- gesschau gleich häufig	Aktuelle Kamera häufiger als Ta- gesschau	Aktuelle Kamera seltener als Ta- gesschau	Aktuelle Kamera und Tagesschau gleich selten
glückliches Ehe- und Fa- milienleben				
. sehr große Be- deutung	76	84	76	86
viele gute Freunde haben				
. sehr große Be- deutung	47	54	58	55
Anerkennung im Beruf finden				
. sehr große Be- deutung	45	56 !	45	45
. sehr große/große Bedeutung	(83)	(97) !	(86)	(93)
in der Freizeit tun, was ich will				
. sehr große Be- deutung	43	34	55 !	39
. sehr große/große Bedeutung	(73)	(69)	(87) !	(77)
körperlich fit halten				
. sehr große Be- deutung	37	30	27	31
. sehr große/große Bedeutung	(75)	(76)	(65) !	(76)
das Leben sexuell genießen				
. sehr große Be- deutung	32	31	47 !	34
. sehr große/große Bedeutung	(69)	(71)	(83)	(76)

Fortsetzung

Fortsetzung von Tab. 6:

	Aktuelle Kamera und Ta- gesschau gleich häufig	Aktuelle Kamera häufiger als Ta- gesschau	Aktuelle Kamera seltener als Ta- gesschau	Aktuelle Kamera und Tagesschau gleich selten
Vorzüge der Ge- sellschaft für eigenen Lebens- standard nutzen				
• sehr große Be- deutung	25	28	20	18
• sehr große/große Bedeutung	(69)	(76)	(56) !	(70)
ständige Weiter- bildung				
• sehr große Be- deutung	20	17	10	10
• sehr große/große Bedeutung	(66)	(70)	(45) !	(54)
eigene Bedürf- nisse für Lösung gesellschaftl. Aufgaben zurück- stellen				
• sehr große Be- deutung	10	10	3	2
• sehr große/große Bedeutung	(48)	(51)	(25) !	(26) !
gesellschaftl. Engagement				
• sehr große Be- deutung	7	11	5	3
• sehr große/große Bedeutung	(48)	(58) !	(31) !	(26) !
• geringe/keine Bedeutung	24 !	10	29	22
mit dem Erreich- ten nicht zu- frieden sein				
• sehr große Be- deutung	18	20	5	18
• sehr große/große Bedeutung	(63)	(68)	(42) !	(54)

Fortsetzung

Fortsetzung von Tab. 6:

	Aktuelle Kamera und Ta- gesschau gleich häufig	Aktuelle Kamera häufiger als Ta- gesschau	Aktuelle Kamera seltener als Ta- gesschau	Aktuelle Kamera und Tagesschau gleich selten
regelmäßig Kunstwerke ge- nießen				
. sehr große Be- deutung	20	15	10	17
. sehr große/große Bedeutung	(51)	(57)	(32) !	(43)

Tab. 7: Wichtige politisch-ideologische Einstellungen und ausgewählte Lebensziele in Abhängigkeit vom Lesen der "Jungen Welt" (nur uneingeschränkte Zustimmung bzw. sehr große Bedeutung; eingeschränkte und uneingeschränkte Zustimmung bzw. große und sehr große Bedeutung in Klammern; nur Arbeiter; U 79)

	DDR-Verbun- denheit	Verteidi- gungsbe- reitschaft	Sieghaftig- keit des Sozialismus	Übereinstim- mung mit Zielen d. FDJ	Freundschaft zur SU
Ich lese die Junge Welt tägl.	58 (94)	46 (80)	48 (84)	40 (FDJ-F:51)	62 (89)
2- bis 5mal in der Woche	52 (92)	41 (82)	54 (89)	31 (FDJ-F:43)	54 (89)
seltener/nie	33 (91)	31 (79)	33 (78)	17 (FDJ-F:26)	44 (87)
Weltanschauliche Position					
	Atheisten	Religiöse	Unentschiedene	Anhänge anderer Auffassungen	
Ich lese die Junge Welt tägl.	72	5	16	7	
2- bis 5mal in der Woche	59	7	26 !	8	
seltener/nie	44	11	33 !	12	
Lebensziele					
	Wissen erwerben	für andere da sein	für den Sozia- lismus ein- setzen	viel Geld verdienen	in der Arbeit viel leisten
Ich lese die Junge Welt tägl.	26 (79)	27 (73)	32 (74)	29 (62)	20 (70)
2- bis 5mal in der Woche	18 (75)	22 (75)	23 (63)	28 (66)	19 (66)
seltener/nie	21 (67)	19 (61)	13 (57)	29 (65)	11 (55)

Tab. 81 Mediennutzung im Freizeitumfang Jugendlicher (1977)

	prozentualer Anteil am Freizeitumfang		
	POS-Schüler 9./10. Kl.	Lehrlinge	Arbeiter
Fernsehen	22	19,6	19,9
Lesen (Zeitungen/Zeitschriften und Bücher/Broschüren)	9	7,6	6,8
Radio-/Musikhören als Primärtätigkeit (einschl. Tonbänder, Platten)	9	9,1	5,3
Kinobesuch	1	1,6	1,2